

## V. PENUTUP

Permasalahan lingkungan hidup khususnya cadangan air tanah merupakan permasalahan yang tidak bisa diselesaikan dalam satu waktu gerakan. Banyak faktor yang menyebabkan hal ini diantaranya adalah kebutuhan hidup manusia yang semakin bertambah jumlahnya terhadap rumah sebagai hunian mereka. Di samping itu pula perkembangan sosial ekonomi yang semakin baik ternyata juga berdampak pada semakin meningkatnya jumlah bangunan-bangunan yang berdiri menghilangkan lahan terbuka hijau sebagai tempat resapan air .

Beberapa dampak yang muncul akibat berkurangnya resapan air tersebut antara lain debit mata air tanah banyak yang mengecil dan mati, tinggi air sumur menurun, dan semakin banyak wilayah terjadi banjir karena air hanya mengalir di permukaan tanah dan kemudian terkonsentrasi pada satu tempat yang rendah. Berbagai macam upaya dilakukan baik oleh pemerintah, badan usaha (swasta), lembaga swadaya masyarakat, atau perseorangan untuk menanggapi kondisi tersebut. Upaya tersebut merupakan hal yang perlu selalu digalakkan karena kondisi masyarakat juga selalu berubah dan berkembang.

Perancangan visual ini merupakan wujud kepedulian dan menjadi bentuk karya nyata keterlibatan penulis dalam upaya menanggapi permasalahan lingkungan hidup khususnya tentang cadangan air tanah yang semakin berkurang. Arti penting perancangan kampanye ini adalah mengangkat permasalahan yang jarang diangkat sebagai tema gerakan lingkungan hidup. Bila selama ini permasalahan lingkungan hidup bertema air banyak menekankan bahaya

pencemaran dan hemat air, perancangan ini mengangkat permasalahan cadangan air tanah yang semakin berkurang, dalam tema “Menabung Air Untuk Kehidupan Berkelanjutan”.

Proses perancangan diawali dengan identifikasi permasalahan khususnya yang terjadi di Yogyakarta dan sekitarnya. Identifikasi dilakukan dengan mencari data dari surat kabar, materi seminar, atau masukan dari masyarakat langsung di lapangan. Hasil identifikasi dirumuskan dalam suatu rumusan masalah yang dijadikan sebagai pijakan konsep perancangan.

Untuk menghasilkan suatu perancangan yang baik beberapa faktor yang harus diperhatikan selain permasalahan di lapangan adalah teori perancangan, keterampilan teknis merancang serta kreativitas dalam memunculkan ide-ide baru yang original dan sesuai dengan topik/tema perancangan.

Tema perancangan ini adalah “Menabung Air Untuk Kehidupan Berkelanjutan”. Setelah mencermati permasalahan yang ada, tema perancangan dikembangkan lagi dalam sub tema yang dijadikan sebagai *tagline* kampanye yaitu “Menabung Air Agar Hidup Lebih Mengalir”. *Tagline* ini muncul di setiap media yang dibuat antara lain *billboard*, *banner*, poster dan brosur.

Media *billboard* dirancang untuk target audiens yang *mobile* atau bergerak di jalan raya. Media ini ditempatkan di tepi jalan atau persimpangan jalan besar sehingga mudah dilihat oleh target audiens. Oleh karena keterbatasan waktu baca, maka informasi yang disampaikan masih bersifat umum dan belum menitik pada detail informasi yang lebih dalam.

Media *banner* dirancang dengan sasaran masyarakat di daerah pemukiman (kampung, dusun, desa). Sebagai *billboard* mini, *banner* juga ditujukan untuk target audiens yang bergerak, namun dalam skala yang lebih kecil dan tidak terlalu ramai. Jarak pandang pun relatif lebih dekat, karena lebar jalan rata-rata hanya 3-4 meter. Agar masyarakat lebih familier dengan istilah menabung air, maka *banner* dibuat 4 buah yang dipasang/ ditempatkan di lokasi yang berbeda namun masih dalam jalur jalan yang sama. Oleh karena setiap hari masyarakat lewat di jalan tersebut, sadar atau tidak sadar mereka selalu membaca (dalam hati) sub tema yang menjadi *tagline* tersebut diatas. Studi kasus tentang perancangan *banner* ini dilakukan di desa Karangtanjung, Pandowoharjo Sleman, Yogyakarta. Media dipasang tanggal 1 dan 3 Juli 2014, setelah 3 hari lewat, tanggapan masyarakat yang setiap kali lewat dan disampaikan ke penulis adalah merasa unik dengan istilah menabung air, karena pengertian menabung bagi mereka adalah menabung uang. Istilah menabung air setelah dijelaskan bagi mereka adalah sama dengan membuat sumur resapan, sedangkan tentang istilah lubang resapan biopori ternyata masih banyak yang belum mengenalnya.

Poster dalam kampanye ini merupakan media yang dirancang untuk ditempatkan di ruang publik (*indoor*) baik yang bersifat milik personal atau lembaga/pemerintah. Poster dibuat dalam 3 model desain yang berbeda, namun masih dalam *tagline* yang sama. Poster #1 bertema menabung air dalam konteks yang lebih umum, poster #2 bertema menabung air dalam konteks lubang resapan biopori, sedangkan poster #3 bertema menabung air bertema sumur resapan. Desain poster ini cukup komunikatif dengan menggunakan infografis sebagai

visualisasinya. Target audiens menjadi lebih bisa memahami yang dimaksud dengan menabung air menggunakan sumur peresapan atau lubang resapan biopori.

Brosur merupakan media ke empat yang didesain untuk menjelaskan menabung air kepada target audiens. Materi brosur adalah penjelasan lebih rinci tentang cara pembuatan sumur peresapan dan lubang resapan biopori. Penjelasan tersebut dilakukan secara visual menggunakan infografis.

Dari ke empat media perancangan tersebut, 3 media memiliki karakter hampir sama yaitu *billboard*, *banner* dan poster. Yang membedakan diantara ketiganya adalah jangkauannya untuk menangkap target audiens. Yang paling luas adalah *billboard* karena ditempatkan di jalan raya, kemudian *banner* dengan jangkauan internal masyarakat pemukiman. Jika dilihat dari sisi kedekatan media dengan audiens, secara emosional, *banner* lebih terasa sebagai bagian dari masyarakat karena ditempatkan ditengah-tengah masyarakat secara langsung, sedangkan *billboard* berada di tempat yang jauh dan tinggi. Pada poster, target audiens adalah masyarakat yang beraktivitas di ruang publik (*indoor*). Penempatan poster ini selain berfungsi sebagai media kampanye, bisa pula dijadikan sebagai elemen estetis ruang.

Media brosur merupakan media yang menjelaskan lebih rinci tentang kampanye menabung air ini. Brosur dapat disimpan dan dibuka kembali sewaktu-waktu. Brosur menjelaskan dengan cara praktis melalui visualisasi infografis didalamnya.

Dari uraian diatas, dapat dirumuskan bahwa (1) perancangan kampanye visual dengan tema “Menabung Air Untuk Kehidupan Berkelanjutan” ini masih

dipusatkan pada perancangan media cetak. (2) Pendekatan target audiens dalam perancangan media kampanye dilakukan dengan cara membaurkan diri dengan masyarakat (banner dan poster). (3) Media memiliki keterbatasan untuk secara langsung menggerakkan masyarakat, oleh karena itu masih dibutuhkan kepedulian pihak lain yang terkait untuk membuat program tentang menabung air untuk kehidupan berkelanjutan.

### A. Kesimpulan

Dari evaluasi di atas, dapat disimpulkan hasil perancangan visual kampanye “Menabung Air Untuk kehidupan Berkelanjutan” sebagai berikut:

- a. Mempertimbangkan latar belakang target audiens serta jenis media yang memungkinkan lebih banyak menjangkau target audiens dengan efektif dan efisien, maka media yang dirancang antara lain:
  - 1) *Billboard*, dengan target audiens masyarakat yang beraktivitas di luar ruang khususnya di jalan raya. (Media Lini Atas)
  - 2) *Banner*, dengan target audiens masyarakat yang beraktivitas di dalam lingkungan perumahan/ pemukiman. (Media Lini Bawah)
  - 3) *Poster*, dengan target audiens masyarakat yang beraktivitas di dalam ruang publik (*indoor*). Ruang publik yang dimaksud antara lain ruang pertemuan di balai desa, balai RW/RT, Pos Kamling atau ruang publik lainnya. (Media Lini Bawah)

- 4) Brosur, dengan target audiens masyarakat yang mengikuti pertemuan-pertemuan baik formal maupun non formal di lingkungan rumahnya. (Media Lini Bawah)
- b. Upaya menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap kelestarian cadangan air tanah dalam media dilakukan melalui penggunaan sub tema “Menabung Air Agar Hidup Terus Mengalir” sebagai *tagline* di berbagai media yang dirancang. Dengan cara ini aspek *reminding* terhadap tema kampanye akan terjadi.
- c. Upaya menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap kelestarian cadangan air tanah juga dilakukan dengan cara menempatkan media di tengah-tengah aktivitas masyarakat (pemukiman/perumahan). Dari studi kasus di desa Karangtanjung, Pandowoharjo Sleman, Yogyakarta, masyarakat jadi lebih mengenal dan memahami upaya ini. Selanjutnya untuk menjadikan hal ini sebagai gerakan, dibutuhkan peran serta lembaga masyarakat (LPMD/RW/RT) untuk menindaklanjuti dengan program pembangunannya.
- d. Nilai edukasi dari media yang dirancang dimunculkan melalui visualisasi desain menggunakan infografis untuk menjelaskan hal-hal teknis terkait dengan sumur resapan dan lubang resapan biopori.
- e. Nilai edukasi lain yang tidak kalah pentingnya adalah menciptakan *mindset* “menabung air” sebagai sesuatu yang baik dan harus dilakukan oleh target audiens.

## **B. Saran-saran**

Perancangan kampanye ini melibatkan beberapa elemen dan institusi. Beberapa saran disampaikan disini antara lain:

1. Untuk diri sendiri

Terbuka terhadap kritik dan masukan, terus belajar dan senantiasa mengembangkan kemampuan perancangan komunikasi visual dengan berbagai studi kasus yang berbeda-beda temanya dan melanjutkan kepedulian pada kelestarian lingkungan hidup dalam kehidupan masyarakat.

2. Untuk dunia pendidikan Desain Komunikasi Visual

Menjadikan perancangan ini sebagai salah satu sarana studi / model perancangan untuk tema-tema perancangan sejenis.

3. Untuk lembaga masyarakat

Menggunakan karya perancangan ini sebagai media kampanye pelestarian air untuk masyarakat, namun demikian akan lebih optimal apabila didukung dengan program kegiatan menabung air yang lebih nyata.

4. Untuk pemerintah

Mengembangkan bentuk-bentuk kampanye lingkungan hidup yang lebih baik khususnya yang bertema kelestarian cadangan air tanah melalui pembuatan sumur resapan dan lubang resapan biopori.

5. Untuk lembaga pendidikan Pascasarjana ISI Yogyakarta.

Memberi kesempatan lebih luas kepada mahasiswa untuk mengeksplorasi permasalahan-permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat dan menjadikannya sebagai bahan studi penciptaan.

Menjadikan model perancangan ini sebagai salah satu model studi yang bisa digunakan untuk membantu mengembangkan pendidikan Desain Komunikasi Visual di ISI Yogyakarta.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Dwijosaputro, D. (1981). *Dasar-Dasar Mikrobiologi*, Penerbit Djambatan, Jakarta.
- Endraswara, Suwardi. (2013). *Memayu Hayuning Bawana, Laku Menuju Keselamatan dan Kebahagiaan Hidup Orang Jawa*. Penerbit Narasi, Bandung.
- Heinich, Robert et al., (1982). *Instructional Media and The New Technologies of Instruction*, John Wiley & Sons, New York,
- Kasali, Rhenald. (1993). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Grafiti.
- Margantoro, YB. (2008). *Masyarakat Berkomunikasi*. Yayasan Pustaka Nusantara. Yogyakarta.
- Safanayong, Yongky. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu.*, Arte Intermedia, Jakarta.
- Sanyoto, Sadjiman Ebdil. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Dimensi Press. Yogyakarta
- Surmanek, Jim. (1991). *Perencanaan Media*. Penerbit PT Elex Media Computindo, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Strategi Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.

### Jurnal Ilmiah

- Canny Lestari, Vanessa Gafar. (2014). “*Pengaruh Social Marketing Campaign Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Untuk Menjadi Donatur Greenpeace Indonesia*” dalam *Jurnal Manajemen* Vol 2, Nomor 1 April 2014. Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Jeniarto, Jimmy (2013) Diskursus *Local Wisdom*: “*Sebuah Peninjauan Persoalan-persoalan*” dalam jurnal *Ultima Humaniora*, September 2013, Vol. I, Nomor 2. Universitas Multimedia Nusantara, Banten.
- Runtiko, Agus Ganjar. (2013). “*Desain Iklan Layanan Masyarakat Pemerintah*” dalam *Jurnal Penelitian Komunikasi*. FISIP Universitas Jenderal Sudirman. Banyumas.
- Siti Fatimah, V. Darsono, & V. Yenni Endang Sulistyawati. (2007). “*Pemanfaatan Air Sungai Progo Untuk Memenuhi Kebutuhan Air Minum Kabupaten Sleman*” dalam *Jurnal Teknik Sipil* Volume 7 No. 2, Pebruari 2007. Universitas Atmajaya. Yogyakarta.

Wagiran. (2012) *Pengembangan Karakter Berbasis Kearifan Lokal Hamemayu Hayuning Bawana. (Identifikasi Nilai-nilai Karakter Berbasis Budaya)* dalam Jurnal Pendidikan Karakter, Tahun II, Nomor 3, Oktober 2012.

### **Penelitian**

Bambang Sutopo Hadi, (2013). *Penelitian: penghormatan manusia terhadap air telah tiada*. Jumat, 22 Maret 2013 16:54 WIB

Suhartini, (2008). *Pengaruh Keberadaan Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sampah Piyungan Terhadap Kualitas Air Sumur Penduduk di sekitarnya*. Jurusan Pendidikan Biologi Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam. Universitas Negeri Yogyakarta.

Suhartini, Sukarni Hidayati dan Tien Aminatun, (2006). *Perilaku Masyarakat Dalam Menggunakan Air Dan Upaya Yang Dilakukan Untuk Menjaga Ketersediaan Air Secara Berkelanjutan*. Pusat Studi PKLH, Universitas Negeri Yogyakarta

### **Seminar**

Suparlan S.Sos.I. (2013). “*Air dan Masa Depan Umat Manusia*” dalam Seminar Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Sabtu (30/03/2013) <http://www.umi.ac.id/perusahaan-air-kemasan-penyebab-kelangkaan-air-bersih.html>.

### **Modul Pelatihan:**

Benny A. Pri. (2014). *Modul Pelatihan. Pengertian dan Perkembangan Konsep Media Pembelajaran serta Teori Belajar yang Melandasinya*. Modul JF-PTP <http://sumberbelajar.belajar.kemdikbud.go.id>

Nusa Idaman Said, Haryoto Indriatmoko, Nugro Raharjo, Arie Herlambang. (2014). *Teknologi Konservasi Air Tanah Dengan Sumur Resapan*. Direktorat Teknologi Lingkungan. Kedeputan Bidang Teknologi Informasi, Energi dan Material. Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi. Jakarta.

### **Peraturan Pemerintah.**

Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1405/Menkes/Sk/Xi/2002 Tentang Persyaratan Kesehatan Lingkungan Kerja Perkantoran Dan Industri.

Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 416 Tahun 1990 Tentang : Syarat-syarat Dan Pengawasan Kualitas Air.

Undang-Undang No. 16 Tahun 2006 tentang Sistem Penyuluhan Pertanian, Perikanan dan Kehutanan (SP3K).

Undang-Undang No. 7 tahun 2004 tentang Sumber Daya Air.

**Artikel Web / Internet.**

Gunawan, Chandra. 2014. Lubang Resapan Biopori, Sederhana Tepat Guna.  
<http://bpbdbd.jakarta.go.id/lubang-resapan-biopori-sederhana-tepat-guna/>

Kencanaonline.Com. 24 Pebruari 2014. *Membangun Sumur Resapan Menjaga Siklus Hidrologi di Perkotaan.* <http://www.kencanaonline.com>

Satria AN. Jumat, 22 Maret 2013 *Berita: Penghormatan Manusia Terhadap Air Sudah Hilang.*  
<http://www.ugm.ac.id/id/berita/7623-penghormatan.manusia.terhadap.air.sudah.hilang>

Portal Pemerintah Kota Yogyakarta. Jum'at, 26 Oktober 2007 *Artikel: Jaga Kelestarian Lingkungan Sungai Dengan Merti Code.*  
<http://www.jogjakota.go.id/news/jaga-kelestarian-lingkungan-sungai-dengan-merti-code>

Indriatmoko, R. Haryoto (1 Mei 2014): *Teknologi Konservasi Air Dengan Sumur Resapan.* Kelompok Teknologi Pengelolaan Air Bersih dan Limbah Cair, Direktorat Teknologi Lingkungan Kedeputan Teknologi Informasi, Energi dan Material Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi  
<http://www.kelair.bppt.go.id/Sitpa/Artikel/Sumur/sumur.html>

Pengertian Biopori & Cara Membuat Lubang Resapan Biopori Air (LRB) Pada Lingkungan Sekitar Kita  
[http://www.junctionzero.com/websites/ilumarta/berita/07\\_memaknailokalitas.htm](http://www.junctionzero.com/websites/ilumarta/berita/07_memaknailokalitas.htm)

Pusat Data Statistik Indonesia <http://www.datastatistik-indonesia.com>.

Pengertian Biopori & Cara Membuat Lubang Resapan Biopori Air (LRB) Pada Lingkungan Sekitar Kita.  
<http://www.organisasi.org/1970/01/pengertian-biopori-cara-membuat-lubang->

Sutanto, Agustinus. 7- 04 -2009. *Memaknai Lokalitas.* Web Ikatan Alumni Arsitektur Tarumanegara.  
Sumber asli : <http://alamendah.org/2009/10/14/lubang-resapan-biopori-sederhana-tepat-guna/>

Dinas Pengairan kabupaten Banyuwangi: <http://pengairan.banyuwangikab.go.id>).

Bappenas: *Profil Pembangunan DIY*

[simreg.bappenas.go.id](http://simreg.bappenas.go.id) *Profil Pembangaunan DIY.*

Wordpress.com 15 April 2009 *Tata Cara Pemanfaatan Air Hujan*  
<http://bebasbanjir2025.wordpress.com/teknologi-pengendalian-banjir/pemanfaatan-air-hujan/>

[www.indonesian-publichealth.com](http://www.indonesian-publichealth.com)

[www.worldwaterday2011.org](http://www.worldwaterday2011.org)

<http://ads.biteus.org/unicef-polluted-water/>

<http://bojoda.com/category/water/>

<http://www.infobdg.com/v2/wp-content/uploads/2013/12/Poster-Biopori2-02.jpg>

<http://www.the-marketeers.com>

### **Media Massa**

Antaranews.com 3/4/2014 *Peneliti-penghormatan- manusia-terhadap-air-telah-tiada.* <http://jogja.antaranews.com/berita/309901/peneliti-penghormatan-manusia-terhadap-air-telah-tiada> 3/4/2014

Audinovic, Vizcardine. Jumat, 22 Maret 2013 16:05 *7 Langkah menjaga kebersihan air.*  
<http://m.merdeka.com/sehat/7-langkah-menjaga-kebersihan-air.html>

Harian Jogja, Program Biopori Belum Maksimal.  
<http://www.harianjogja.com/baca/2010/03/08/program-biopori-belum-maksimal-138325>. Diunduh tanggal 13 Maret 2014. Pukul 15.25.

Jogjanews.com 7. November 2013. *Artikel: Melawan Arus Air, Gelar Kirab Budaya Berghodo Kusumaning Yudha di Kali Code* Diunduh tanggal 29 Mei 2014. Pukul 09.15.  
<http://jogjanews.com/melawan-arus-air-gelar-kirab-budaya-berghodo-kusumaning-yudha-di-kali-code-selasa-511>.

Kompas.com Kamis, 25 Juni 2009 | 20:05 WIB *Pencemaran Lingkungan Memprihatinkan .*  
<http://regional.kompas.com/read/2009/06/25/20051113/Pencemaran.Lingkungan.Memprihatinkan>

Megapolitan.Kompas.Com .Senin, 22 Maret 2010 | 14:01 WIB *Cadangan Air Tanah Menuju Habis*  
<http://megapolitan.kompas.com/read/2010/03/22/1401318/Cadangan.Air.Tanah.Menuju.Habis>

